



## **Situation des entreprises touristiques du Québec**

Printemps 2025

1. Sommaire
2. Contexte économique
3. Attentes des entreprises touristiques
4. Enjeux du secteur touristique
5. Santé financière des entreprises touristiques
6. Confiance des entrepreneurs touristiques
7. Annexes
  - À propos de cette publication
  - Enquête canadienne sur la situation des entreprises
  - Définitions du secteur et sous-secteurs touristiques
  - Références





## Sommaire

Le contexte politique et économique commence à se répercuter sur les perspectives. Malgré ce contexte d'incertitude, les attentes des entrepreneurs touristiques ont peu bougé. Le fait que l'enquête ait été réalisée entre le 2 janvier et le 6 février – avant l'essentiel de l'offensive tarifaire américaine – n'y est pas étranger.

L'inflation et le recrutement d'employés qualifiés demeurent au cœur des préoccupations des entrepreneurs touristiques.

## Contexte économique

L'économie canadienne a terminé l'année 2024 en meilleure position que prévu, mais le contexte politique et économique commence à se répercuter sur les perspectives. L'incertitude se fait sentir sur les dépenses de consommation des ménages et sur les investissements des entreprises.

Vis-à-vis cette diminution anticipée de la demande intérieure, la Banque du Canada a diminué de nouveau – de façon quelque peu proactive – son taux directeur le 12 mars.

## Attentes des entreprises

Malgré ce contexte, les attentes des entrepreneurs touristiques ont peu bougé par rapport au trimestre précédent. On dénote une légère détérioration des attentes dans le sous-secteur de la Restauration, mais une petite amélioration dans celui de l'Hébergement.

Notons que l'enquête a été réalisée entre le 2 janvier et le 6 février, avant l'essentiel de l'offensive tarifaire américaine.

Qu'à cela ne tienne, au début de 2025, neuf entreprises touristiques sur dix ne prévoyaient aucun changement dans leurs effectifs au cours des trois prochains mois.

## Enjeux du secteur

L'inflation et le recrutement d'employés qualifiés demeurent au cœur des préoccupations des entrepreneurs touristiques. À la question quel est l'obstacle le plus difficile auquel votre entreprise fera face au cours du prochain trimestre, 16 % ont répondu la hausse de l'inflation et 12 % le recrutement d'employés qualifiés.

Les enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques sont : la hausse de l'inflation, le recrutement et maintien en poste

d'employés qualifiés, le coût des intrants, la capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle et le taux d'intérêt et coût liés à la dette.

## Santé financière des entreprises

La part des entreprises touristiques qui possèdent les liquidités nécessaires à l'exploitation de leurs opérations a reculé légèrement de 81 à 74 %. Toutefois, la part d'entre elles qui ont la capacité à s'endetter davantage ne semble pas s'être détériorée : elle est passée de 69 % à 63 % (à l'intérieur de la marge d'erreur).

## Confiance des entrepreneurs

Le niveau d'optimisme des entreprises touristiques du Québec s'est maintenu pour un second trimestre d'affilée.



## 2 Contexte économique

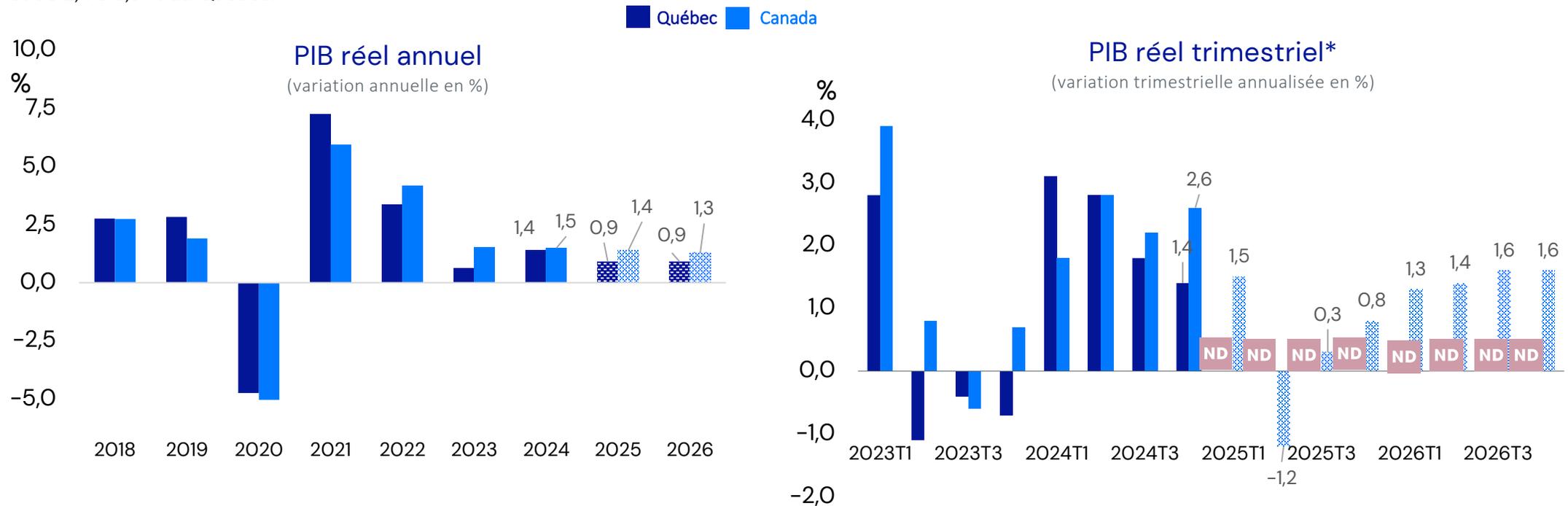
L'économie canadienne a terminé l'année 2024 en position de force, mais le contexte politique et économique se répercute sur les perspectives de 2025. L'incertitude se fait sentir sur les dépenses de consommation des ménages et les investissements des entreprises.

La Banque du Canada a d'ailleurs diminué de nouveau son taux directeur en mars 2025.

# Croissance économique

## Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (mars 2025)

L'économie canadienne a terminé l'année 2024 en position de force en raison de la vigueur inattendue des dépenses des ménages, des investissements des entreprises et des exportations. Toutefois, l'incertitude associée au contexte politique et économique assombrit les perspectives de croissance. Au début d'avril 2025, cinq des sept principales institutions financières du Canada anticipaient une contraction de l'économie canadienne au deuxième trimestre. Il n'en demeure pas moins que sur une base annuelle, la croissance des économies du Canada et du Québec en 2025 devrait demeurer semblable à celle de 2024 : le PIB réel passera de 1,5 à 1,4 % au Canada et de 1,4 à 0,9 % au Québec.



\* Les institutions financières ne publient pas de prévisions trimestrielles pour le Québec.  
Sources : Statistique Canada, Institut de la statistique du Québec, BMO, RBC, Scotia, CIBC, TD, BNC et Desjardins

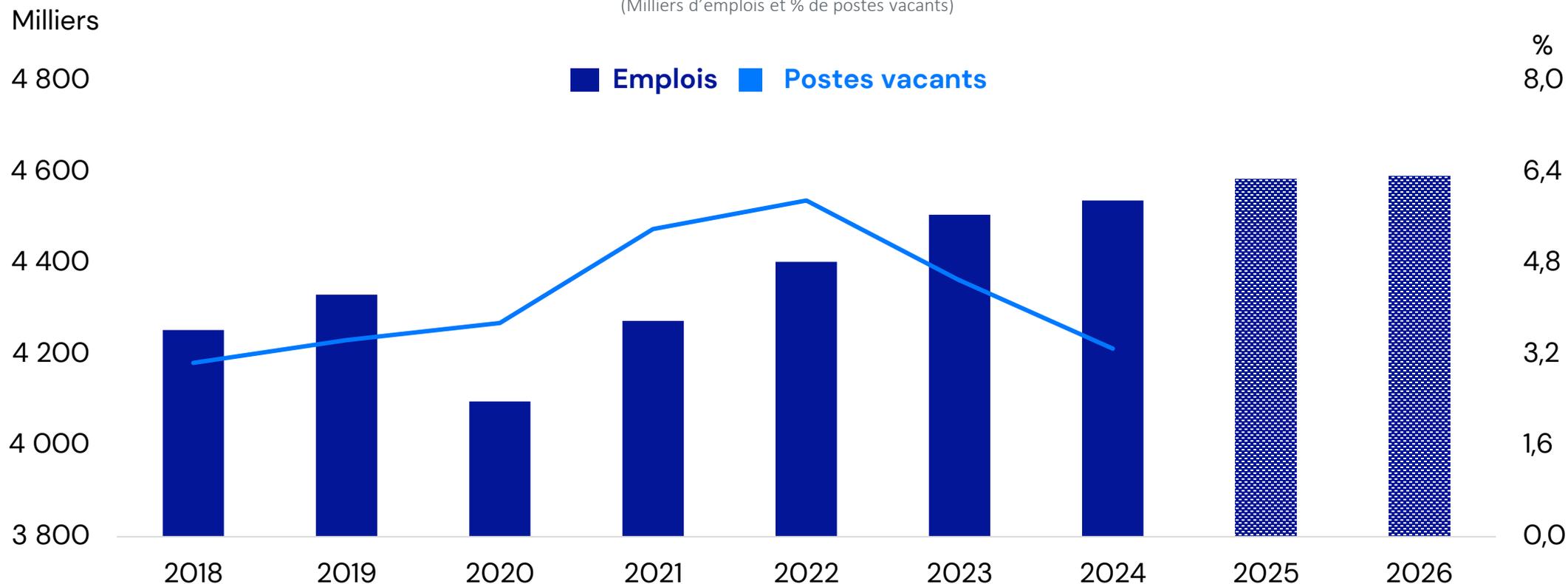


## Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (mars 2025)

L'emploi devrait croître malgré tout en 2025, ajoutant approximativement 200 000 travailleurs au Canada et 45 000 au Québec, selon la moyenne des prévisions des économistes des principales institutions financières canadiennes. Notons, toutefois, que le taux de chômage est appelé à augmenter au cours de cette période. Les économistes anticipent qu'il atteindra 7,1 % au Canada et 6,1 % au Québec en 2025.

### Emplois et taux de postes vacants au Québec

(Milliers d'emplois et % de postes vacants)





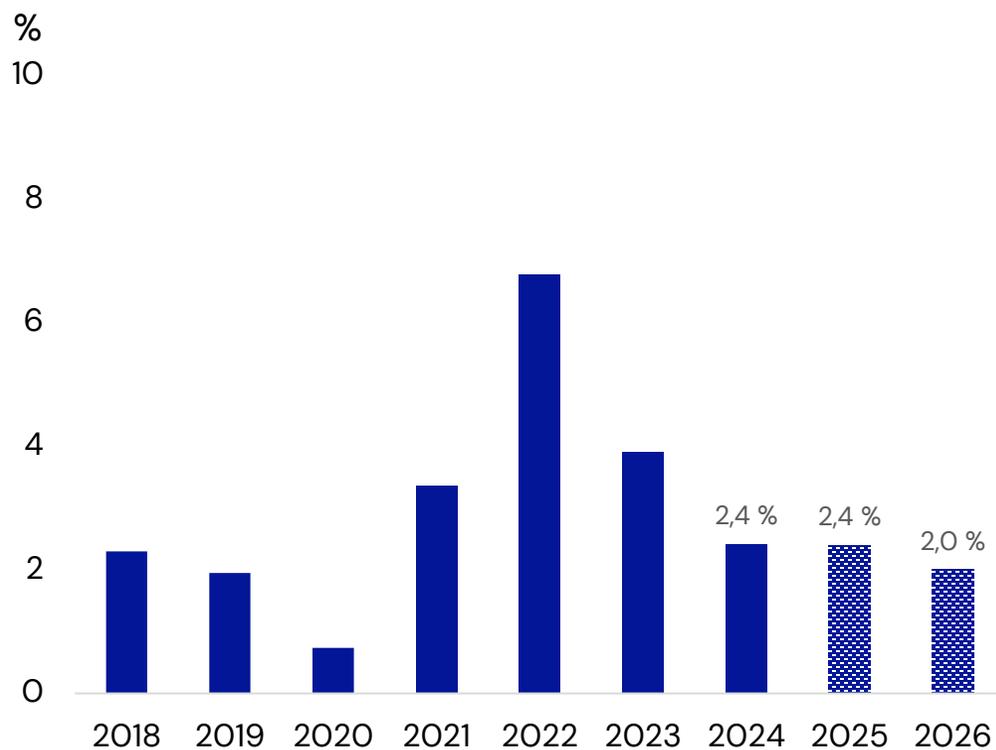
# Inflation et taux d'intérêt

## Données historiques et moyennes des prévisions des institutions financières (mars 2025)

Les économistes s'attendent à ce que le rythme de croissance de l'indice des prix à la consommation se maintienne à 2,4 % en 2025 et se situe au point médian de 2 % de la fourchette cible de la Banque du Canada (de 1 à 3 %) en 2026. Ils anticipent que la Banque du Canada continuera à diminuer son taux cible de financement à un jour au 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestres de 2025 et qu'elle le maintiendra ensuite jusqu'à la fin de 2026.

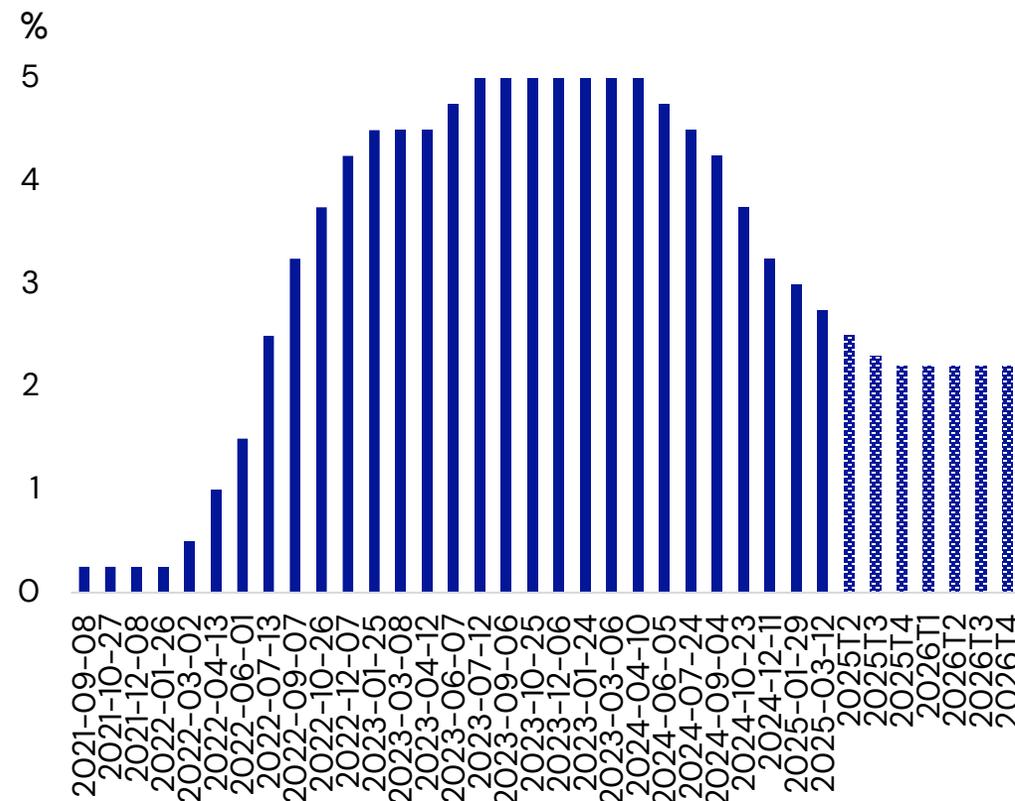
### Taux d'inflation

(Moyenne annuelle de l'IPC, variation en %)



### Taux d'intérêt

(Taux cible du financement à un jour, %)



## 3 Attentes des entreprises touristiques

Malgré le contexte d'incertitude, les attentes ont peu bougé à l'échelle du secteur touristique. Alors qu'on dénote une certaine détérioration des attentes dans le sous-secteur de la Restauration, on constate une petite amélioration dans le sous-secteur de l'Hébergement. Il y a également peu de changements du côté de la main-d'œuvre : près de neuf entreprises touristiques ne prévoient aucun changement dans leur effectif.

Rappelons que l'enquête a été réalisée entre le 2 janvier et le 6 février, avant l'essentiel de l'offensive tarifaire américaine.



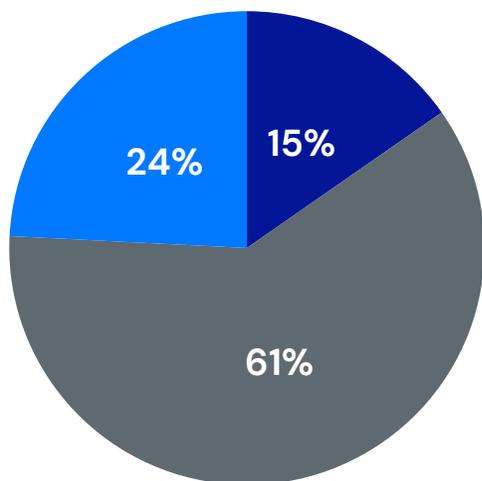
# Attentes du secteur touristique du Québec – Demande

Au cours des trois prochains mois, comment la demande pour les produits et services offerts par votre entreprise ou organisme devrait-elle changer ?

À l'échelle du secteur touristique, les attentes concernant la demande se sont quelque peu détériorées : la part des entrepreneurs qui s'attendent à une diminution est passée de 11 à 24 %. Cette détérioration des attentes semble, toutefois, se concentrer dans le sous-secteur de la Restauration où la part des entreprises qui s'attendent à une diminution est passée de 10 à 33 %.

## Attentes du secteur – Demande

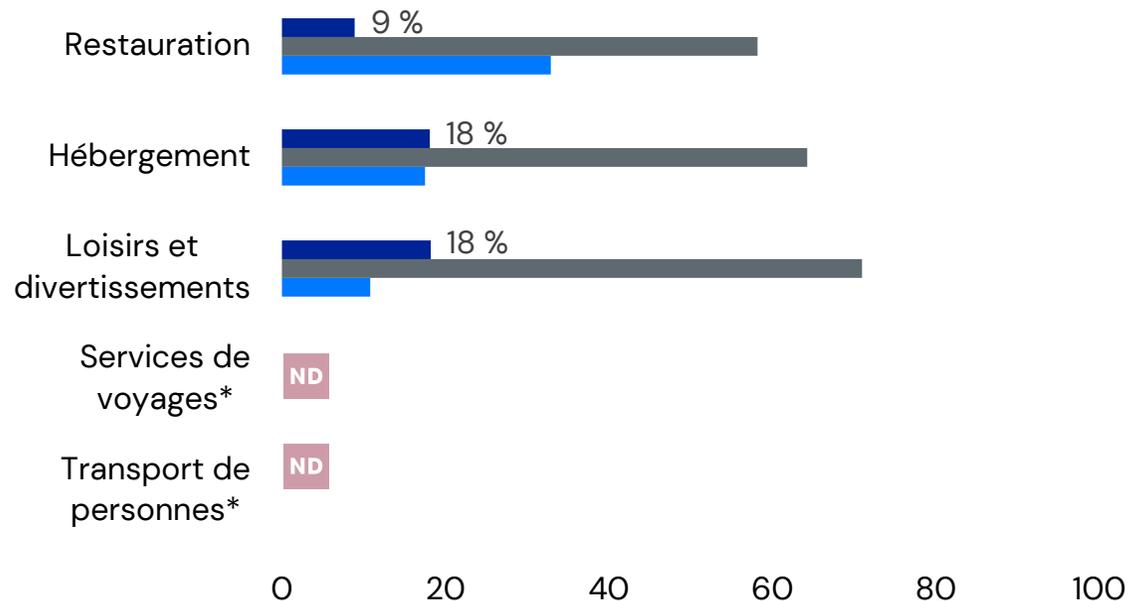
(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

## Attentes des sous-secteurs – Demande

(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près le même ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





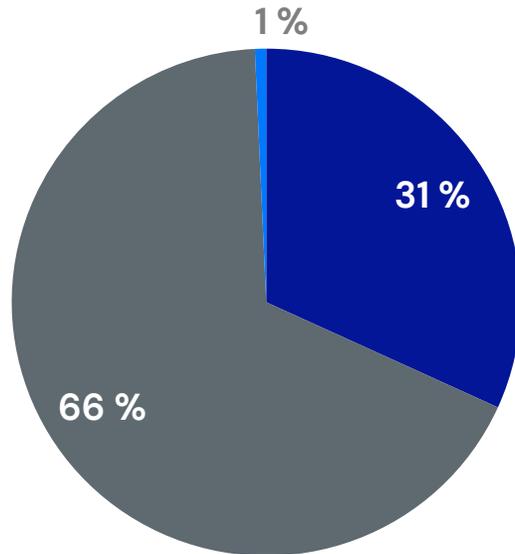
# Attentes du secteur touristique du Québec – Prix de vente

Au cours des trois prochains mois, comment le prix de vente des produits et services offerts par votre entreprise ou organisme devrait-il changer ?

La proportion des entreprises touristiques qui s’attendent à une augmentation de leurs prix de vente a diminué, passant de 37 à 31 %. La contrepartie est une augmentation de la part de celles qui ne s’attendent à aucun changement (de 59 à 66 %). Cette augmentation provient en grande partie du sous-secteur de la Restauration où la part des entreprises qui s’attendent à aucun changement est passée de 48 à 72 %. Notons qu’une part plus importante des entreprises du sous-secteur des Loisirs et divertissements s’attendent à une hausse des prix (de 18 % à 45 %).

## Attentes du secteur – Prix de vente

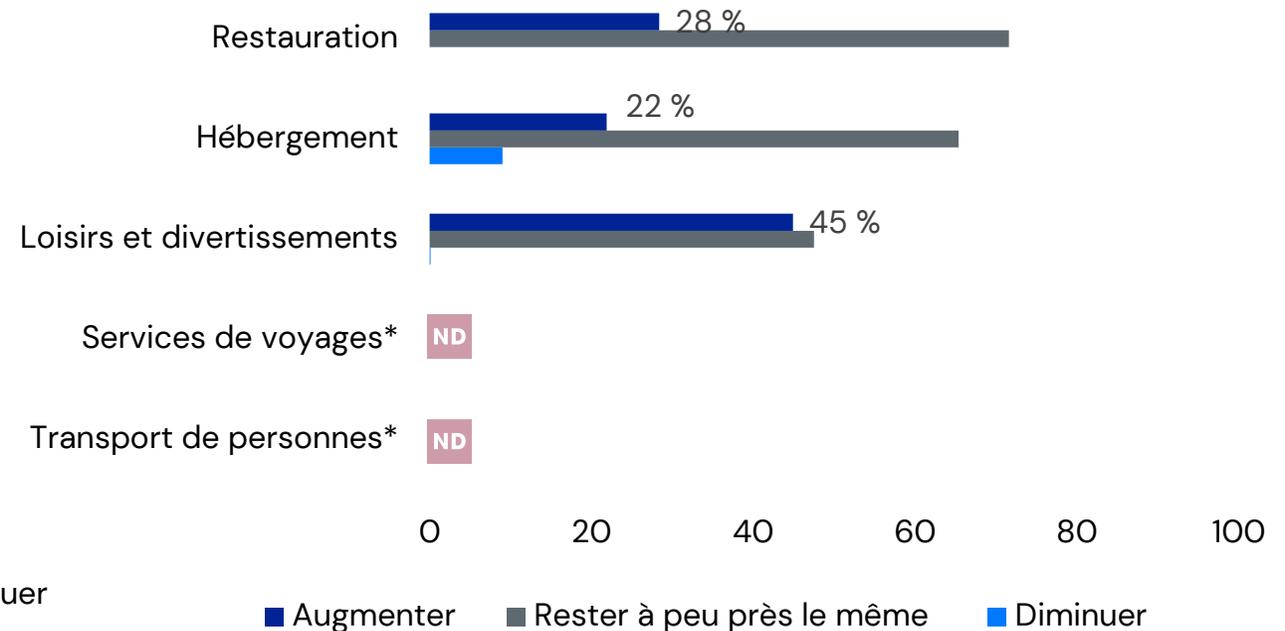
(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

## Attentes des sous-secteurs – Prix de vente

(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près le même ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l’erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





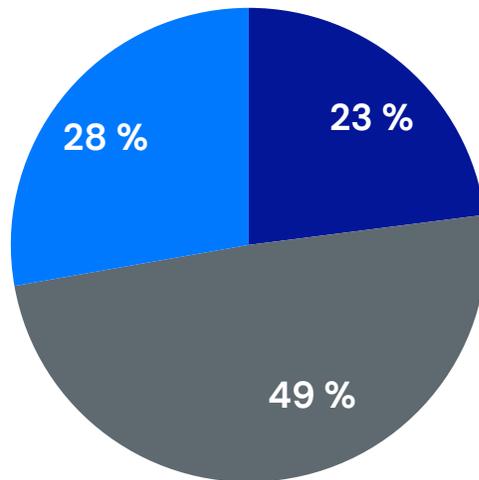
# Attentes du secteur touristique du Québec – Revenus

Au cours des trois prochains mois, comment le revenu d'exploitation de votre entreprise ou organisme devrait-il changer?

La part des entreprises touristiques qui s'attendent à une augmentation de leurs revenus a augmenté, passant de 13 % à 23 %, alors que la part de celles qui s'attendent à une diminution est demeurée stable. Cette légère amélioration des perspectives à l'égard des revenus s'observe dans le sous-secteur de l'Hébergement (de 14 à 25 %) et celui de la Restauration (de 6 % à 18 %).

## Attentes du secteur – Revenus

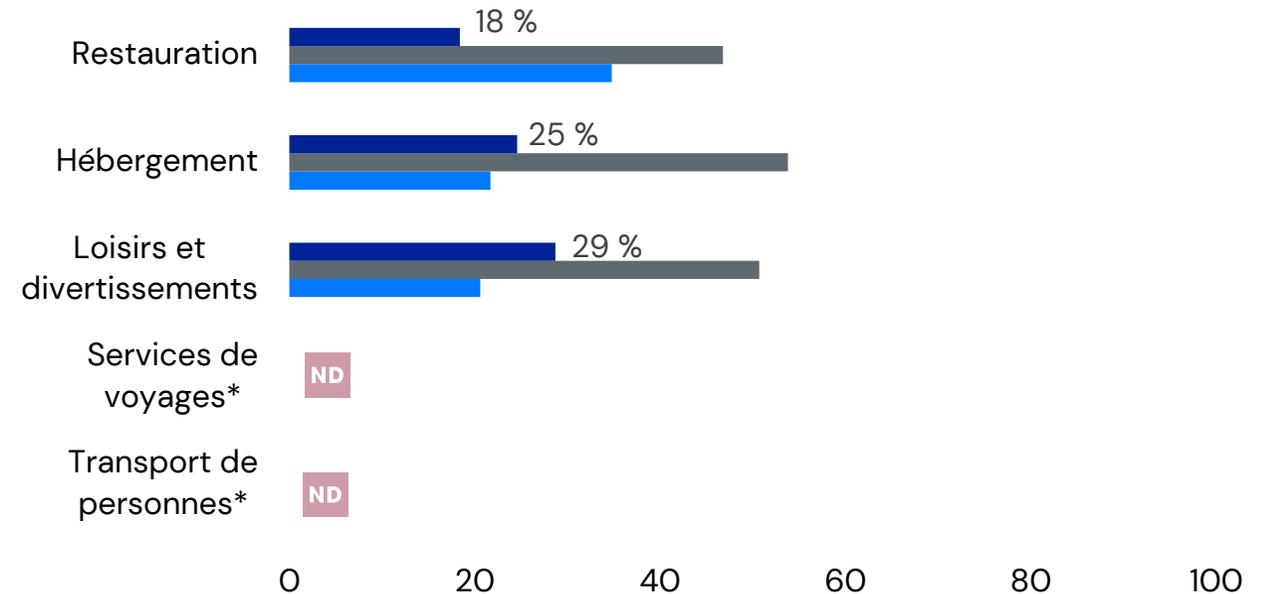
(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

## Attentes des sous-secteurs – Revenus

(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près le même ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





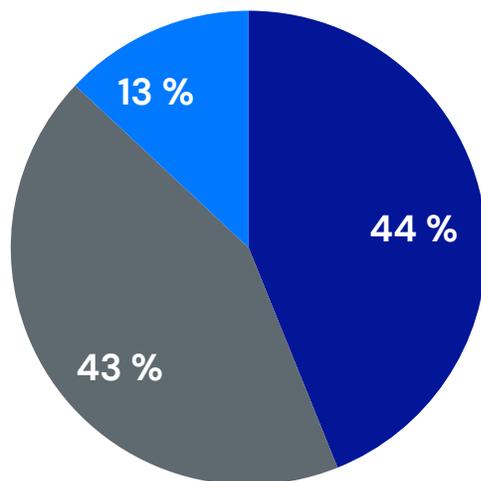
# Attentes du secteur touristique du Québec – Dépenses

Au cours des trois prochains mois, comment les dépenses d'exploitation de votre entreprise ou organisme devraient-elles changer ?

Les attentes à l'égard des dépenses sont demeurées sensiblement les mêmes à l'échelle du secteur touristique. Toutefois, elles se sont détériorées significativement dans le sous-secteur de l'Hébergement : la part des entreprises qui s'attendent à une diminution a fondu de 42 % à 7 % et la part de celles qui s'attendent à une augmentation est bondi de 16 à 34 %.

## Attentes du secteur – Dépenses

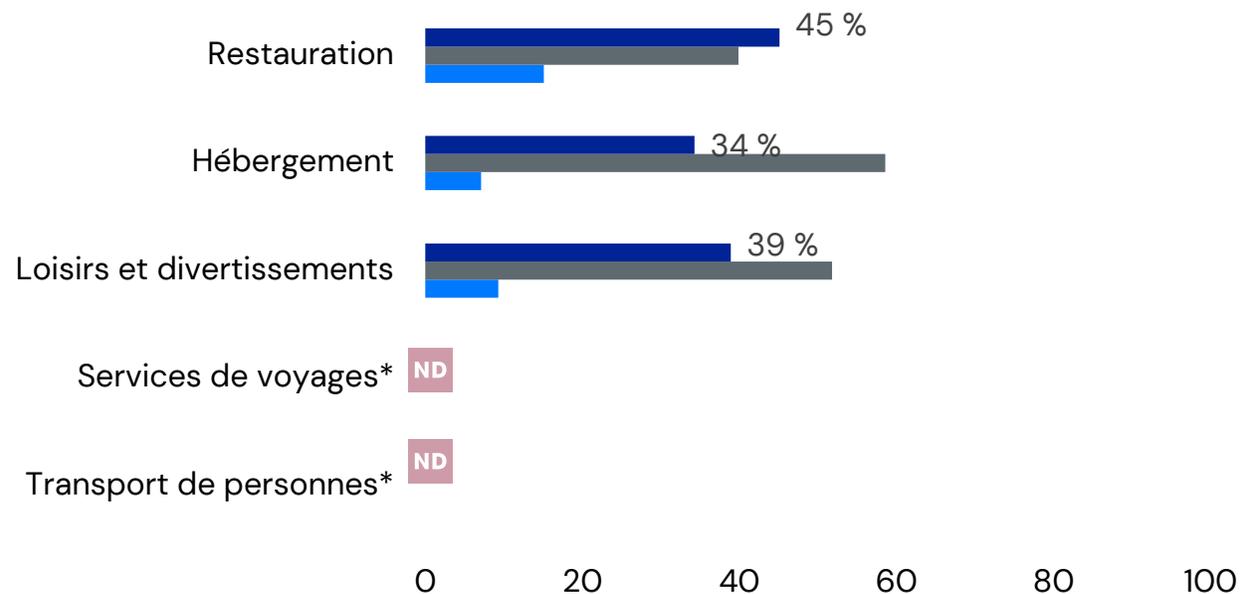
(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près la même ■ Diminuer

## Attentes des sous-secteurs – Dépenses

(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



■ Augmenter ■ Rester à peu près le même ■ Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





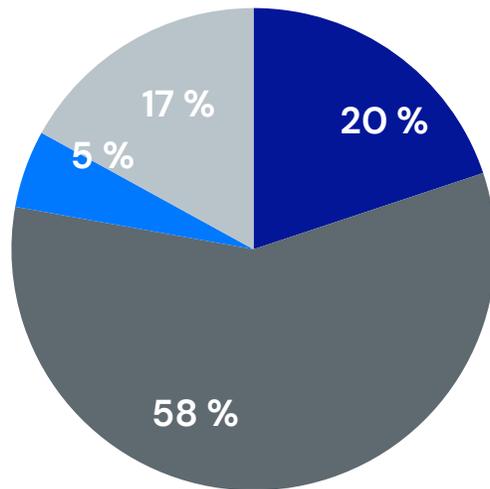
# Attentes du secteur touristique du Québec – Investissements

Au cours des trois prochains mois, comment les dépenses en immobilisation de votre entreprise ou organisme devraient-elles changer ?

Plus de la moitié des entreprises touristiques du Québec (58 %) s'attendent au cours des trois prochains mois que leurs dépenses en immobilisation demeureront au même niveau alors que le cinquième (20 %) s'attendent à ce qu'elles augmentent.

## Attentes du secteur – Dépenses en immobilisation

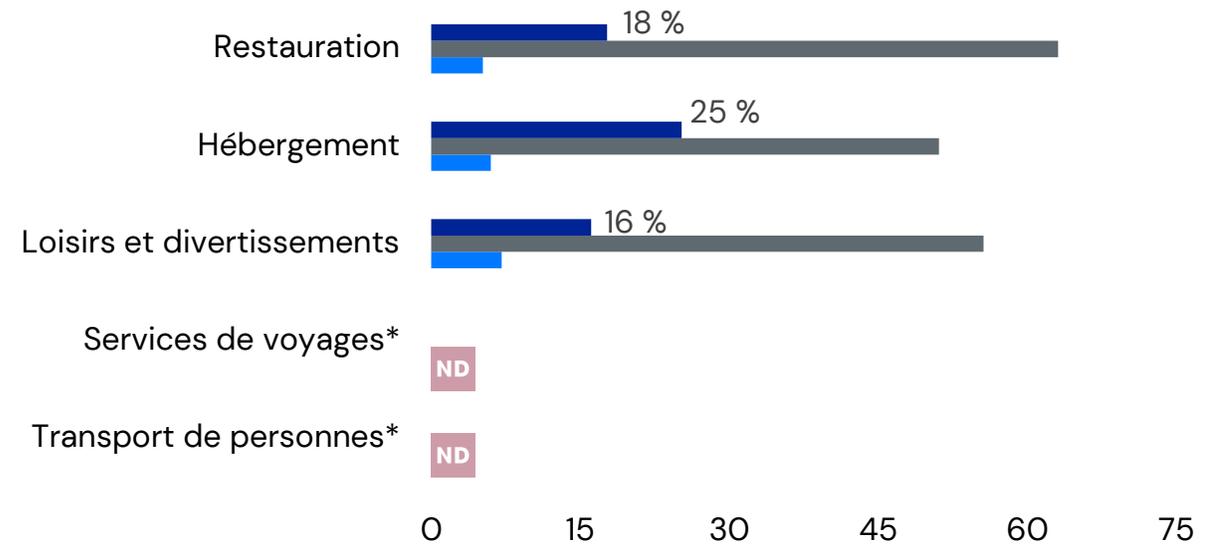
(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



- Augmenter
- Rester à peu près la même

## Attentes des sous-secteurs – Dépenses en immobilisation

(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



- Augmenter
- Rester à peu près le même
- Diminuer

\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





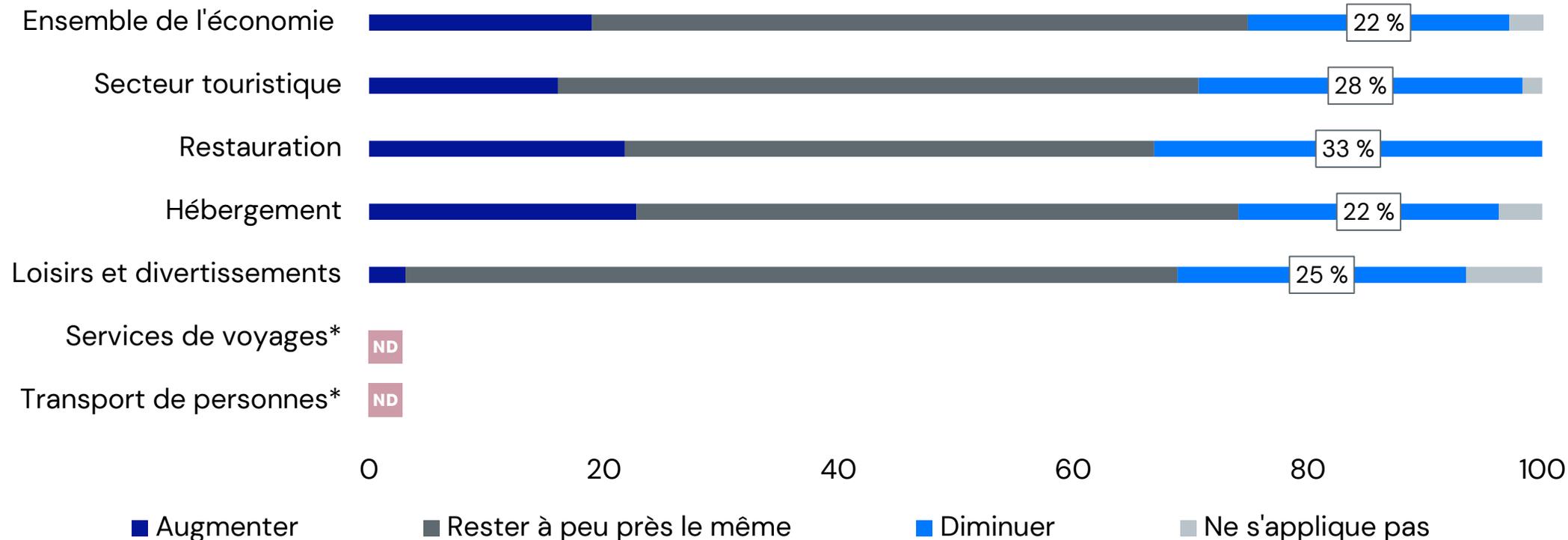
# Attentes du secteur touristique du Québec – Rentabilité

Au cours des trois prochains mois, comment la rentabilité de votre entreprise ou organisme devrait-elle changer ?

On observe une stabilité des attentes concernant la rentabilité à l'échelle de l'ensemble de l'économie et à celle du secteur touristique, à l'exception du sous-secteur de l'Hébergement. Alors qu'une entreprise sur deux du sous-secteur de l'Hébergement (55 %) s'attendait à une diminution de leur rentabilité au trimestre précédent, elles ne sont maintenant qu'une sur cinq (22 %).

## Rentabilité des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





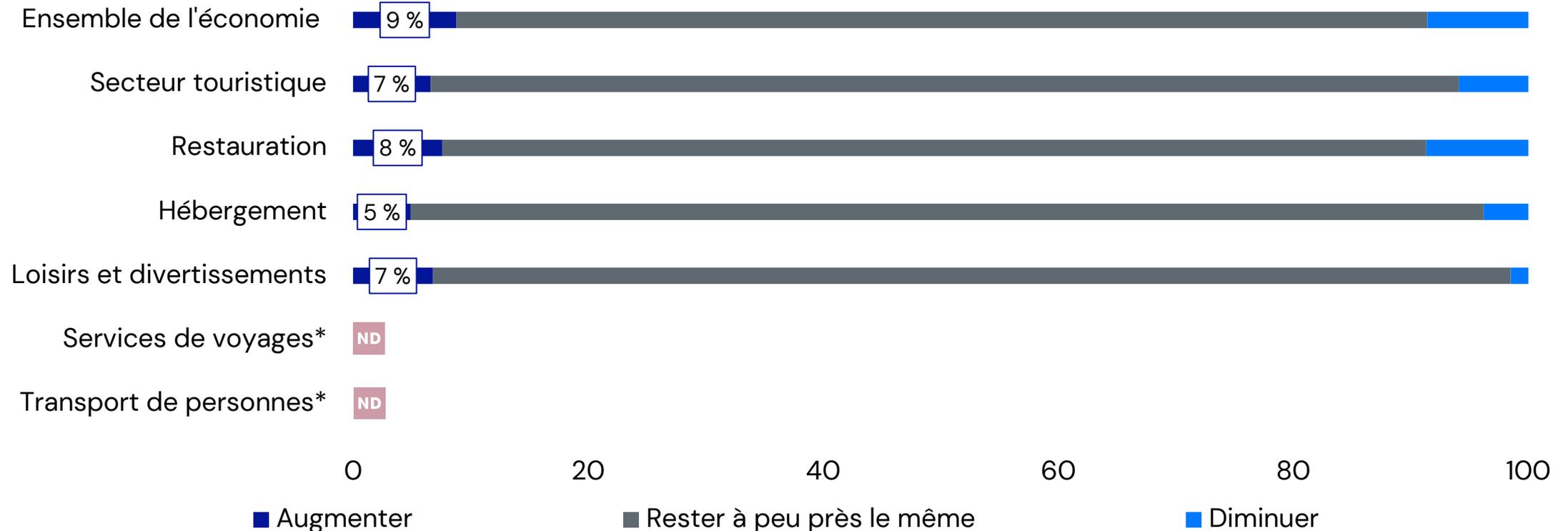
# Attentes du secteur touristique du Québec – Nombre d'employés

Au cours des trois prochains mois, comment le nombre d'employés au sein de votre entreprise ou organisme devrait-il changer?

Les attentes à l'égard des effectifs sont demeurées sensiblement les mêmes. Près de neuf entreprises touristiques sur dix (88 %) ne prévoient pas de changement majeur dans leur nombre d'employés, 7 % prévoient une augmentation et 6 % une diminution. À l'exception du sous-secteur de l'Hébergement, où la part des entreprises qui prévoient diminuer leur nombre d'employés a reculé de 23 à 4 %, les attentes sont demeurées sensiblement les mêmes dans les autres sous-secteurs.

## Nombre d'employés des entreprises et organismes touristiques

(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





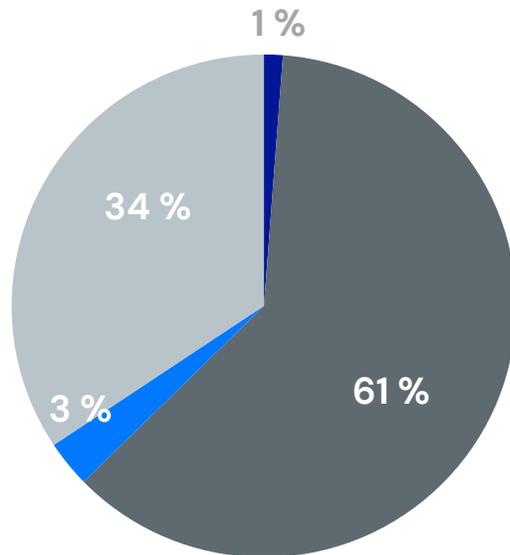
# Attentes du secteur touristique du Québec – Postes vacants

Au cours des trois prochains mois, comment le nombre de postes vacants au sein de votre entreprise ou organisme devrait-il changer?

Plus d'une entreprise touristique sur deux (61 %) ne prévoit pas de changement significatif à propos du nombre de postes vacants. Il s'agit d'une part un peu plus importante que celle du trimestre précédent (51 %).

## Attentes du secteur – Postes vacants

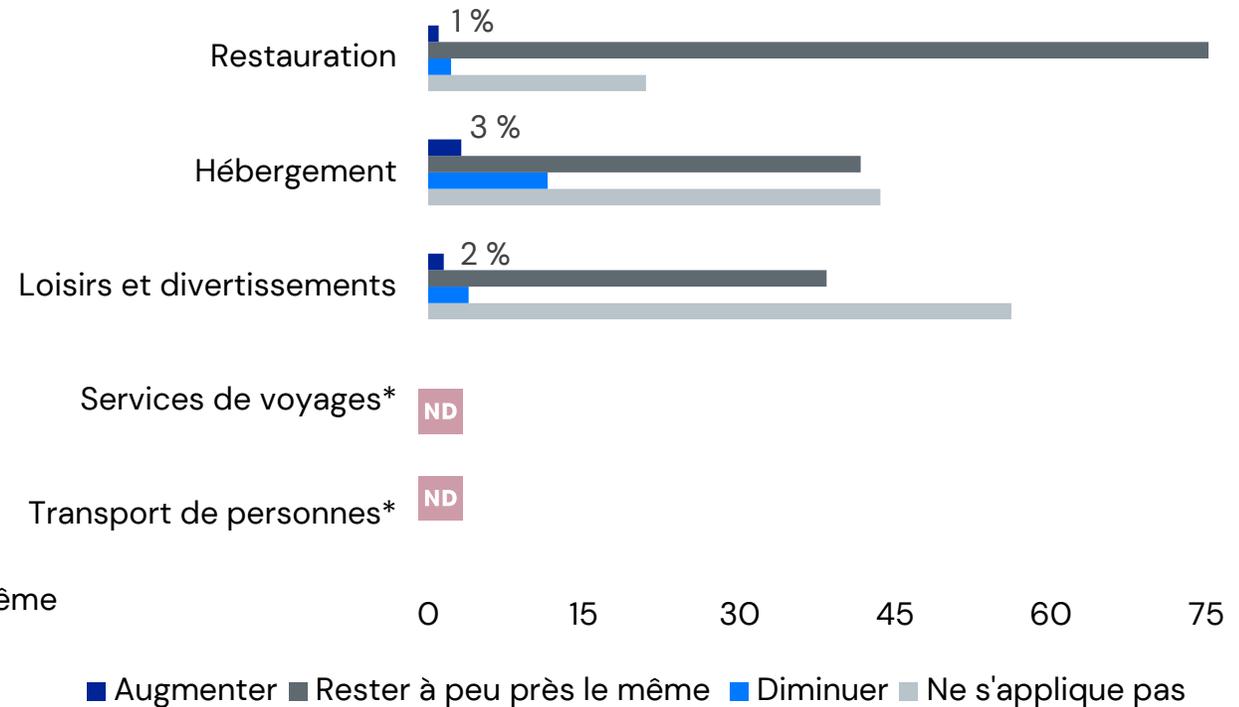
(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



- Augmenter
- Rester à peu près la même
- Diminuer
- Ne s'applique pas

## Attentes des sous-secteurs – Postes vacants

(% des entreprises au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs Services de voyages et Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)



## 4 Enjeux du secteur touristique

L'inflation et le recrutement d'employés qualifiés demeurent au cœur des préoccupations des entrepreneurs touristiques. À la question quel est l'obstacle le plus difficile auquel votre entreprise fera face au cours des trois prochains mois, 16 % ont répondu la hausse de l'inflation et 12 % le recrutement d'employés qualifiés.

Les enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques sont, toutefois : la hausse de l'inflation, le recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés, le coût des intrants, la capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle et le taux d'intérêt et le coût liés à la dette.



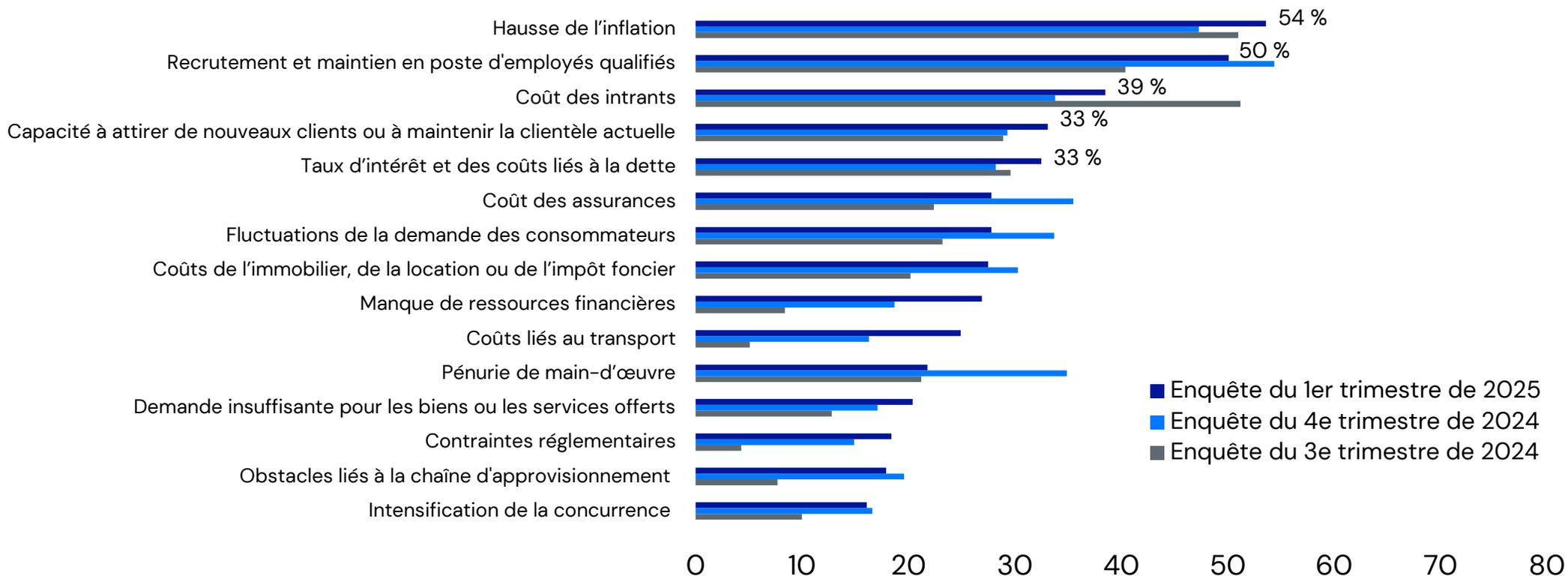
# Enjeux du secteur touristique du Québec

Au cours des trois prochains mois, lesquels des enjeux suivants pourraient constituer des obstacles pour votre entreprise ou organisme?

L'enjeu du recrutement et du maintien en poste des employés qualifiés et celui de la pénurie de main-d'œuvre ont reculé dans le positionnement des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques, passant de la 1<sup>ère</sup> à la 2<sup>e</sup> position et de la 4<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> position. Il n'en demeure pas moins qu'une entreprise touristique sur deux (50 %) juge que le recrutement et le maintien en poste des employés qualifiés pourrait constituer un obstacle à leurs opérations. En position de tête des enjeux partagés par le plus grand nombre d'entreprises touristiques, nous retrouvons également l'inflation (54 %) et, en troisième position, le coût des intrants (39%).

## Enjeux des entreprises touristiques

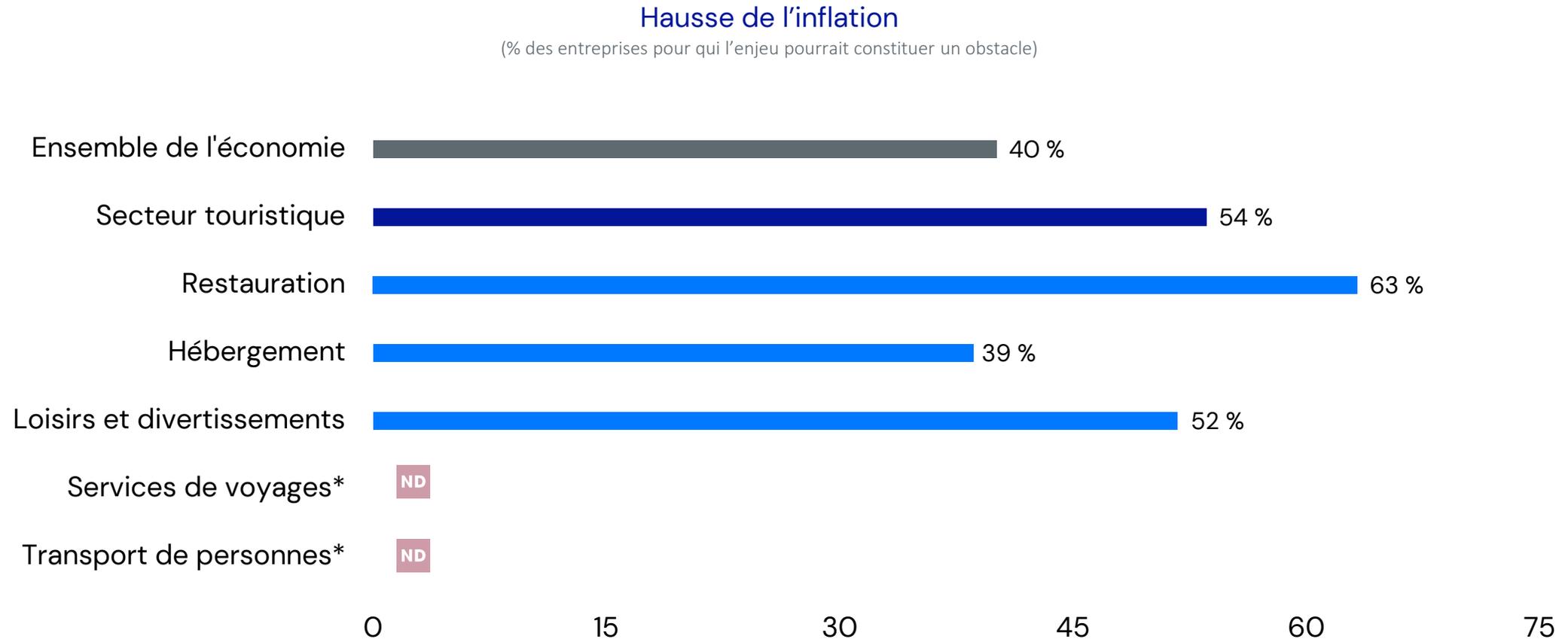
(% des entreprises qui s'y attendaient aux cours des 3 derniers trimestres)



# Enjeu # 1 : Hausse de l'inflation

Au cours des trois prochains mois, la hausse de l'inflation pourrait-elle constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

La hausse de l'inflation demeure en tête des préoccupations des entrepreneurs touristiques. Cet enjeu est particulièrement important dans le sous-secteur de la Restauration où près des deux tiers des entrepreneurs considèrent qu'elle pourrait constituer un obstacle à leurs opérations au cours des trois prochains mois.



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





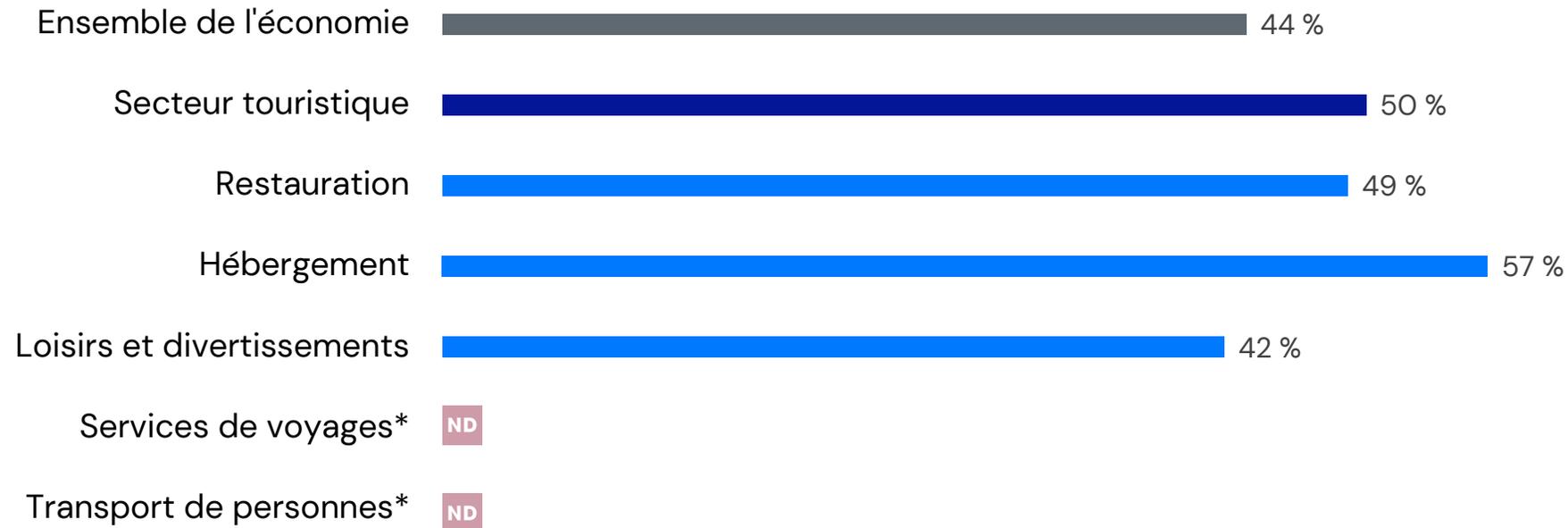
## Enjeu # 2: Recrutement et maintien en poste

Au cours des trois prochains mois, le recrutement et le maintien en poste d'employés qualifiés pourraient-ils constituer des obstacles pour votre entreprise ou organisme?

Le recrutement et le maintien en poste d'employés qualifiés demeure un obstacle pour plus de la moitié des entreprises touristiques (50 %). À l'exception du 3<sup>e</sup> trimestre de 2024, la part des entreprises touristiques qui déclarent qu'il s'agit d'un obstacle est habituellement supérieure ou similaire à celle observée à l'échelle de l'ensemble de l'économie.

### Recrutement et maintien en poste d'employés qualifiés

(% des entreprises pour qui l'enjeu pourrait constituer un obstacle)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





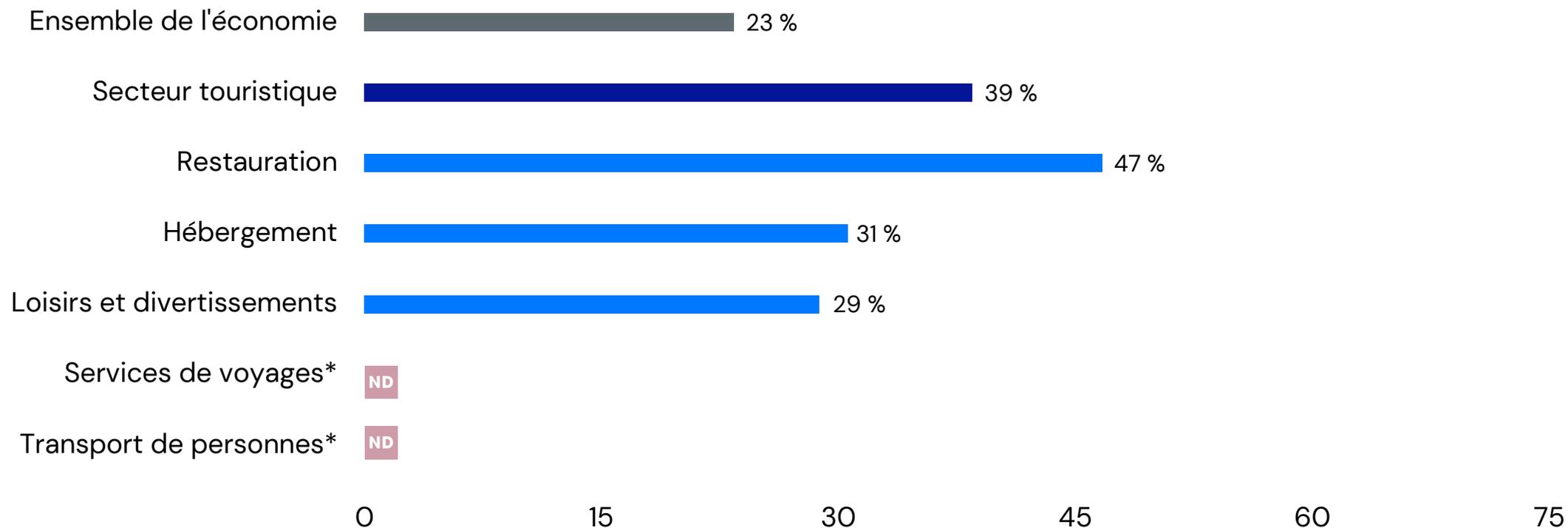
## Enjeu # 3: Augmentation du coût des intrants

Au cours des trois prochains mois, l'augmentation du coût des intrants pourrait-il constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

L'augmentation du coût des intrants est passée en 3<sup>e</sup> position au 1<sup>er</sup> trimestre de 2025, en hausse d'une position parmi les obstacles les plus répandus au sein des entreprises touristiques. L'enjeu est particulièrement important dans le sous-secteur de la Restauration où près d'un entrepreneur sur deux l'identifie comme un obstacle potentiel à leurs opérations.

### Augmentation du coût des intrants

(% des entreprises pour qui l'enjeu pourrait constituer un obstacle)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





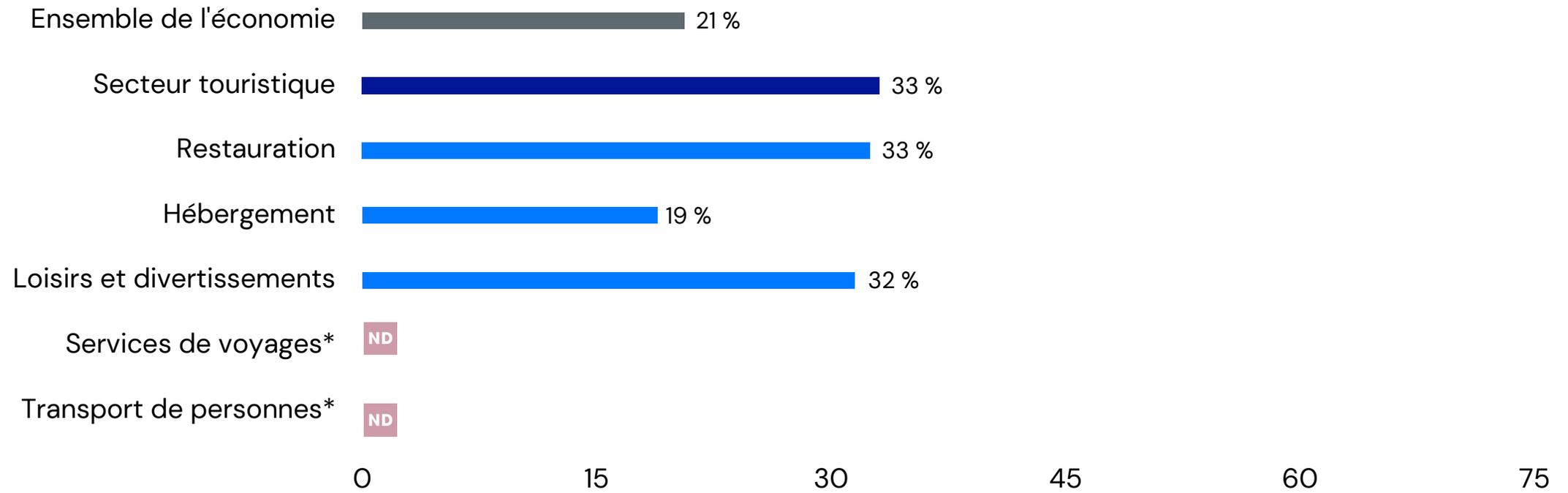
## Enjeu # 4 : Attirer de nouveaux clients et maintenir la clientèle actuelle

Au cours des trois prochains mois, la capacité à attirer de nouveaux clients ou à maintenir la clientèle actuelle pourrait-il constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

La capacité à attirer de nouveaux clients et à maintenir la clientèle actuelle s'est frayé un chemin parmi le top 5 des enjeux les plus partagés par les entreprises touristiques alors qu'elle se situait en 8<sup>e</sup> position au trimestre précédent. Le tiers des entreprises touristiques (33 %) considère cet enjeu comme un obstacle potentiel à leurs opérations. Il s'agit d'un taux statistiquement supérieur à celui de l'ensemble de l'économie.

### Attirer de nouveaux clients et maintenir la clientèle actuelle

(% des entreprises pour qui l'enjeu pourrait constituer un obstacle)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)



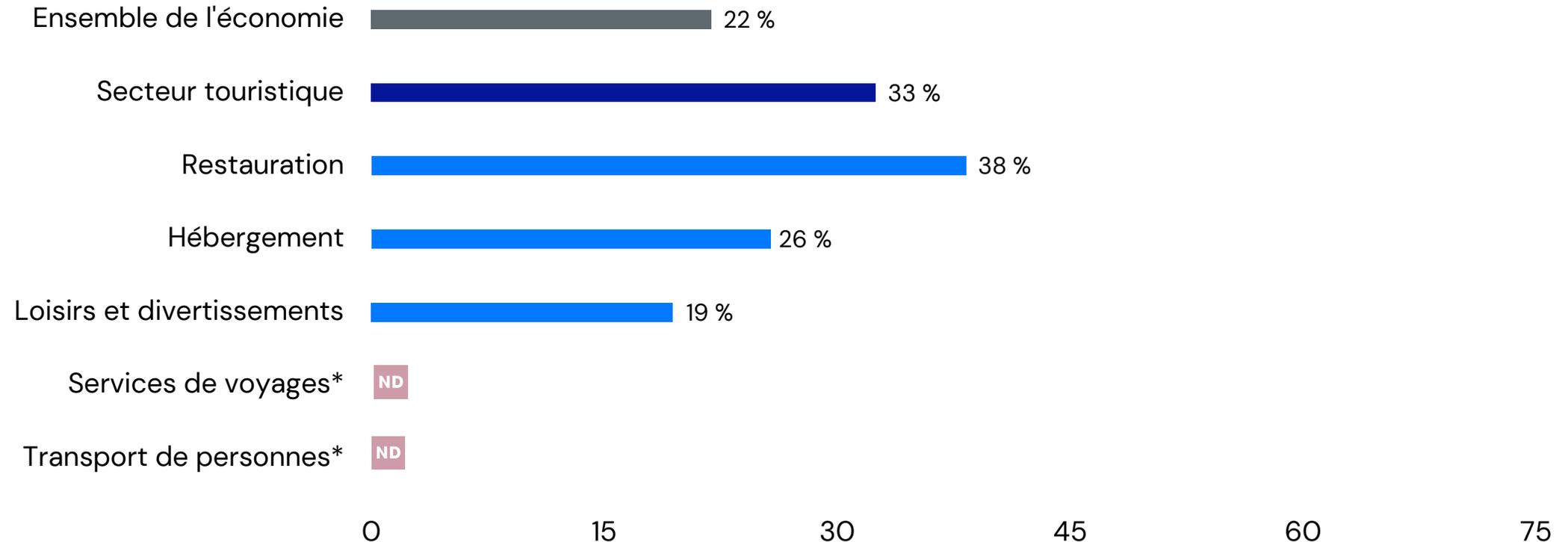


## Enjeu # 5: Taux d'intérêt et coûts liés à la dette

Au cours des trois prochains mois, les taux d'intérêt et les coûts liés à la dette pourraient-ils constituer un obstacle pour votre entreprise ou organisme?

Les taux d'intérêt et les coûts liés à la dette se sont également frayé un chemin parmi le top 5 des enjeux les plus partagés au sein des entreprises touristiques. Cet enjeu se situait en 9<sup>e</sup> position au trimestre précédent. Le tiers des entreprises touristiques (33 %) considère cet enjeu comme un obstacle potentiel à leurs opérations. Il s'agit d'une part statistiquement supérieure à celle de l'ensemble de l'économie (22 %).

**Taux d'intérêt et des coûts liés à la dette**  
(% des entreprises pour qui l'enjeu pourrait constituer un obstacle)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)



## 5 Santé financière des entreprises touristiques

Sur la base de la disponibilité des liquidités nécessaires à leurs opérations, la santé financière des entreprises touristiques se serait détériorée. Notons, toutefois, que la capacité à s'endetter des entreprises touristiques ne semble pas s'être détériorée et demeure comparable à celle de l'ensemble de l'économie.



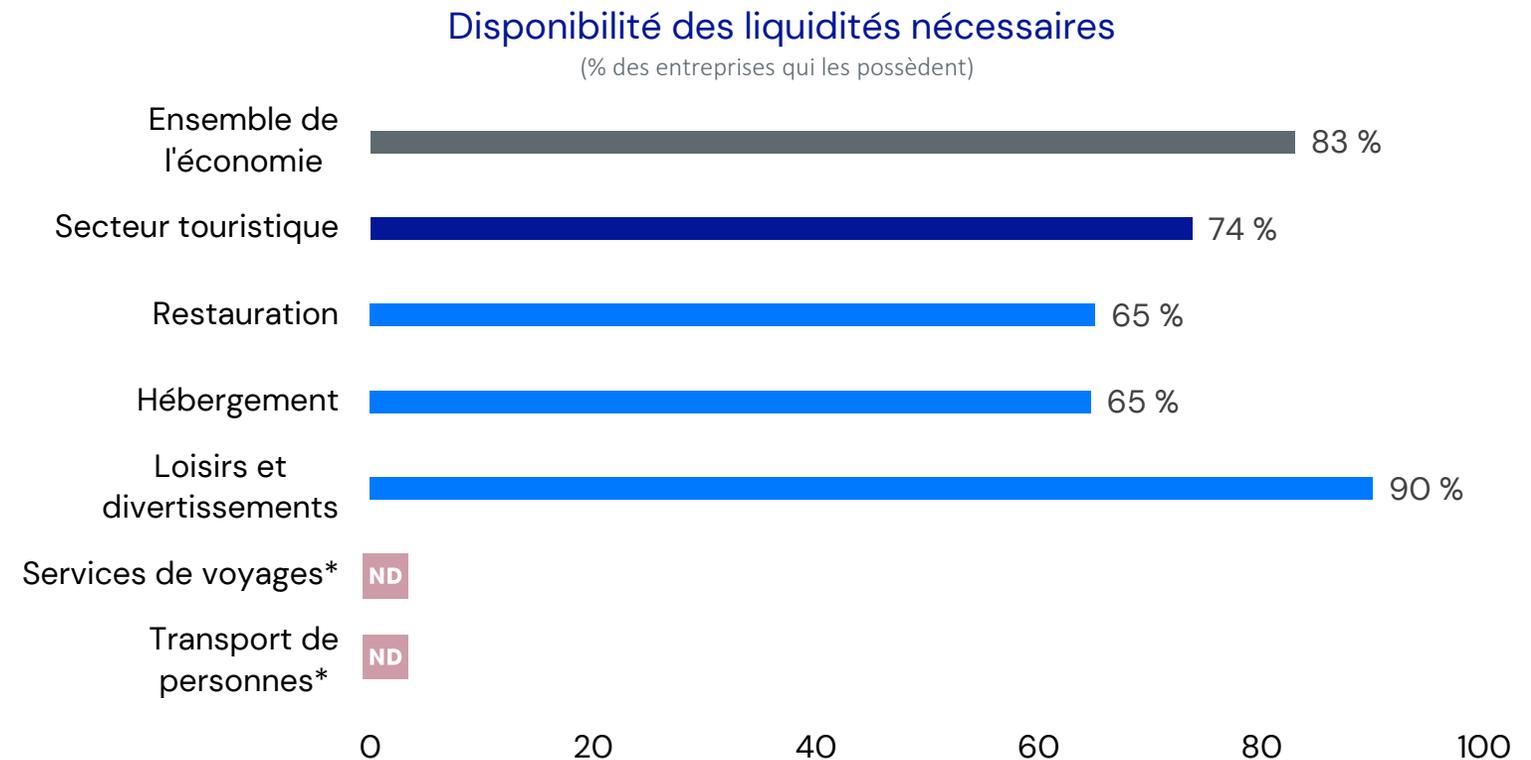
# Santé financière du secteur touristique du Québec – Liquidités

Votre entreprise ou organisme a-t-il l'argent ou les liquidités nécessaires à son exploitation pour les trois prochains mois? Sera-t-il en mesure d'obtenir de l'argent ou les liquidités nécessaires ?

La part des entreprises touristiques qui déclarent avoir les liquidités nécessaires à leurs opérations au cours des trois prochains mois est passée de 81 à 74 %. De même, la part de celles qui déclarent ne pas être en mesure d'obtenir ces liquidités a bondi de 0,6 à 3,9 %. Bien que la part des entreprises touristiques disant ne pas être en mesure d'obtenir ces liquidités (3,9 %) ne soit pas statistiquement supérieure à la celle des entreprises à l'échelle de l'ensemble de l'économie (1,9 %), la part des entreprises touristiques qui possèdent ces liquidités (74 %) est statistiquement inférieure à celle des entreprises tout secteur confondu (83 %).

3,9 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec ne seront pas en mesure d'obtenir les liquidités nécessaires.

1,9 % des entreprises et organismes tous secteurs confondus au Québec ne seront pas en mesure d'obtenir les liquidités nécessaires.



\* Statistique Canada juge ses estimations du sous-secteur des Services de voyages trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





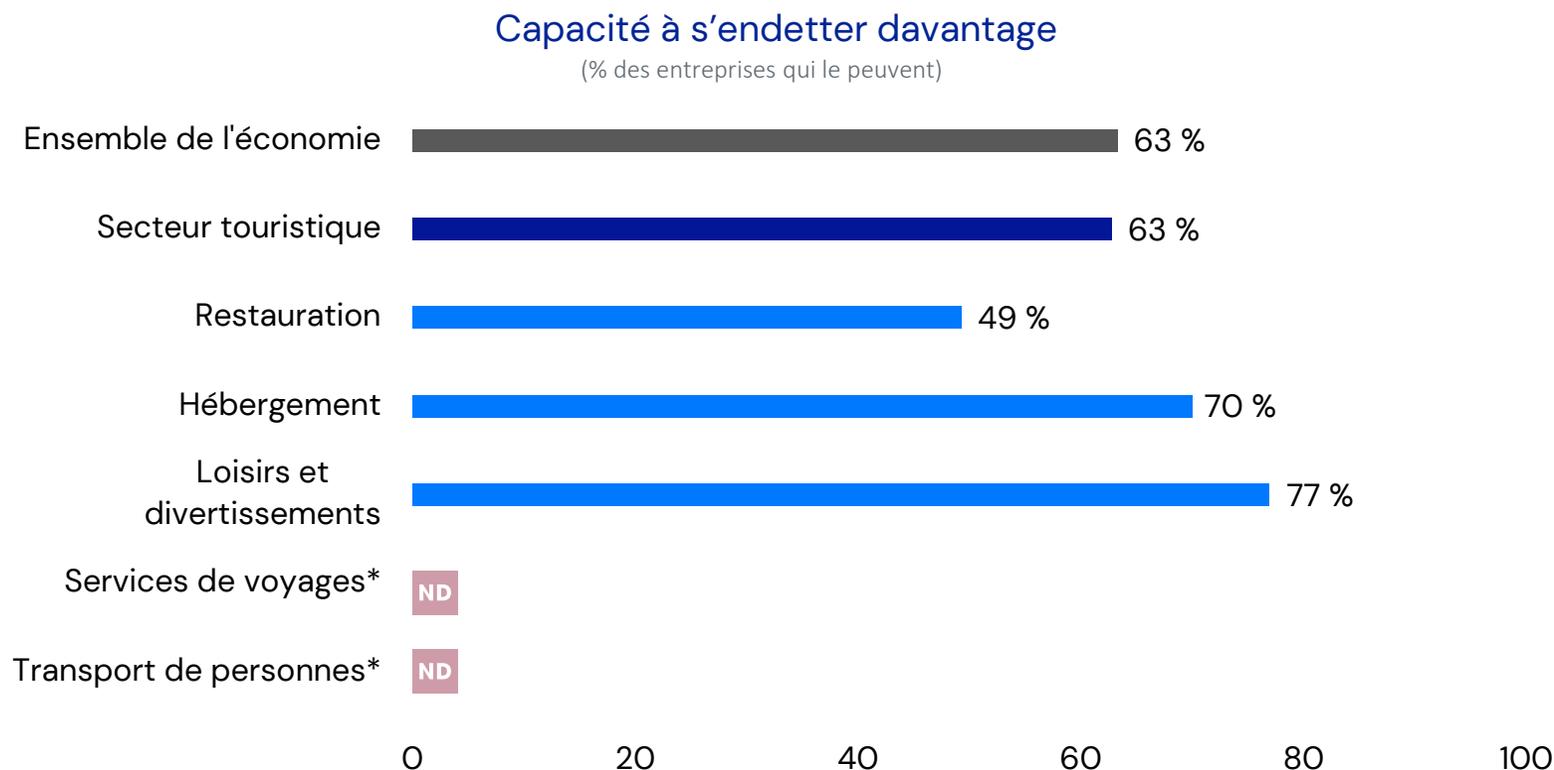
# Santé financière du secteur touristique du Québec – Capacité à s'endetter

Votre entreprise ou organisme a-t-il la capacité de s'endetter davantage? Pour quelle raison cette entreprise ou organisme est-il incapable de s'endetter?

La capacité à s'endetter des entreprises du secteur touristique est comparable à celle de l'ensemble des secteurs: près de deux entreprises touristiques sur trois (63 %) sont en mesure d'augmenter leurs emprunts comparativement à 63 % tout secteur confondu. De même, le quart des entreprises touristiques (28 %) ne peut pas augmenter leurs emprunts, ce qui est comparable à la part à l'échelle de l'ensemble de l'économie (24 %).

28 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec ne peuvent pas s'endetter davantage (ensemble de l'économie québécoise: 24 %).

17 % des entreprises et organismes du secteur touristique du Québec prévoit déposer une demande de financement par emprunt au cours des trois prochains mois (ensemble de l'économie québécoise: 12%).



\*Statistique Canada juge ses estimations du sous-secteur des Services de voyages trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)



## 6 Confiance des entrepreneurs touristiques

Le niveau de confiance des entrepreneurs touristiques du Québec s'est maintenu par rapport au trimestre précédent.

Bien que la différence soit statistiquement non significative, la confiance des entrepreneurs québécois semble supérieure à celles des entrepreneurs canadiens.



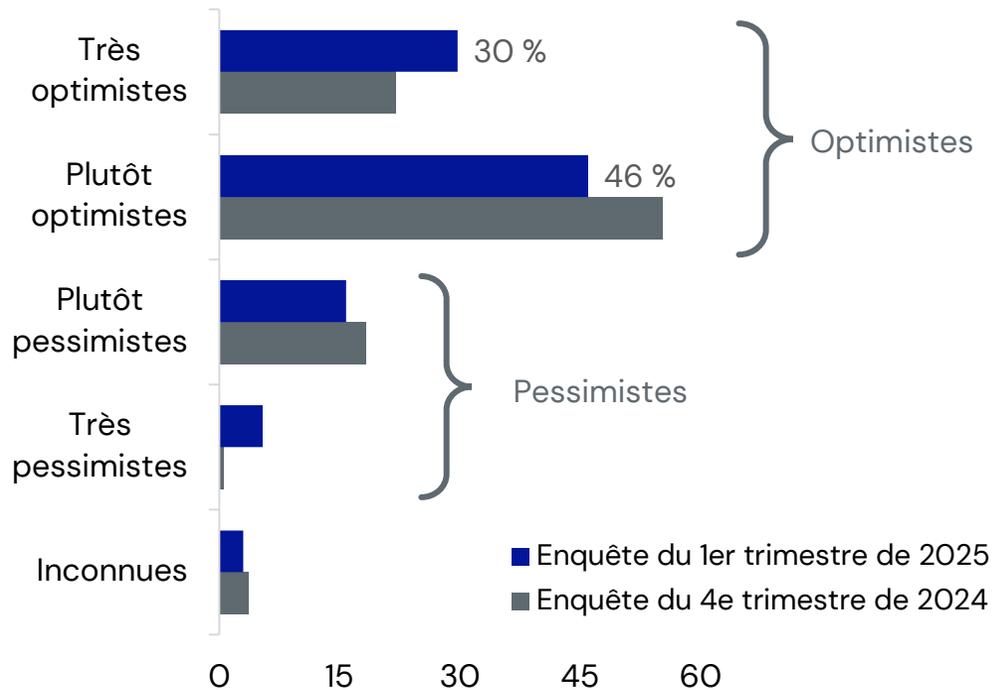
# Confiance des entrepreneurs touristiques – Secteur

Au cours des douze prochains mois, quelles sont les perspectives d'avenir de votre entreprise ou organisme?

Le niveau d'optimisme des entrepreneurs touristiques du Québec (76 %) s'est maintenu par rapport au trimestre précédent (77 %). Ce niveau semble supérieur à celui observé à l'échelle du Canada (62 %) bien que cette différence soit dans la marge d'erreur.

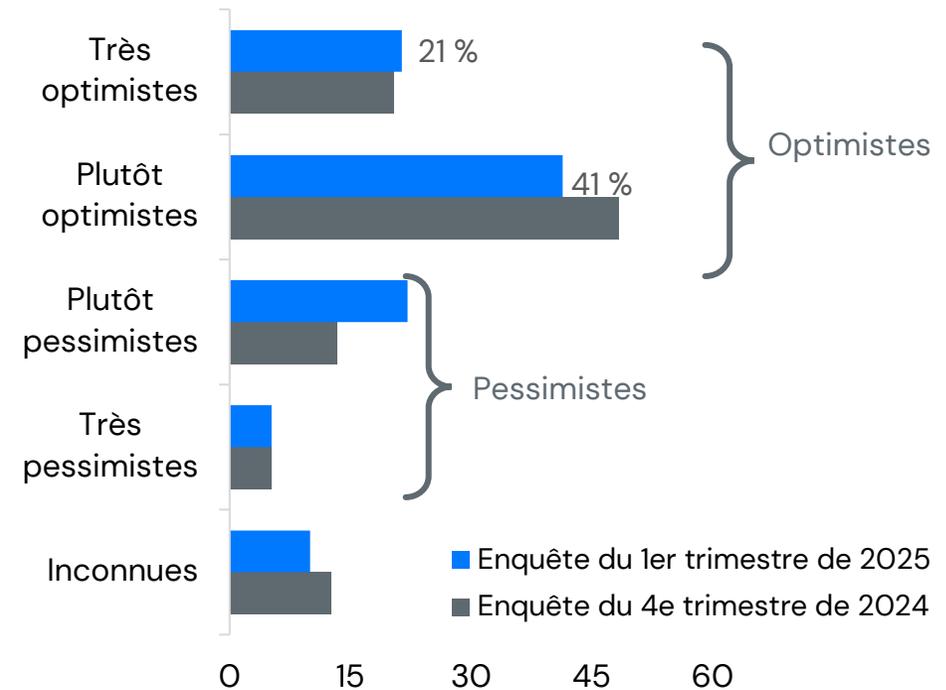
## Perspectives d'avenir – Québec

(% des entreprises au 4<sup>e</sup> trimestre de 2024 et au 1<sup>er</sup> trimestre 2025)



## Perspectives d'avenir – Canada

(% des entreprises au 4<sup>e</sup> trimestre de 2024 et au 1<sup>er</sup> trimestre 2025)





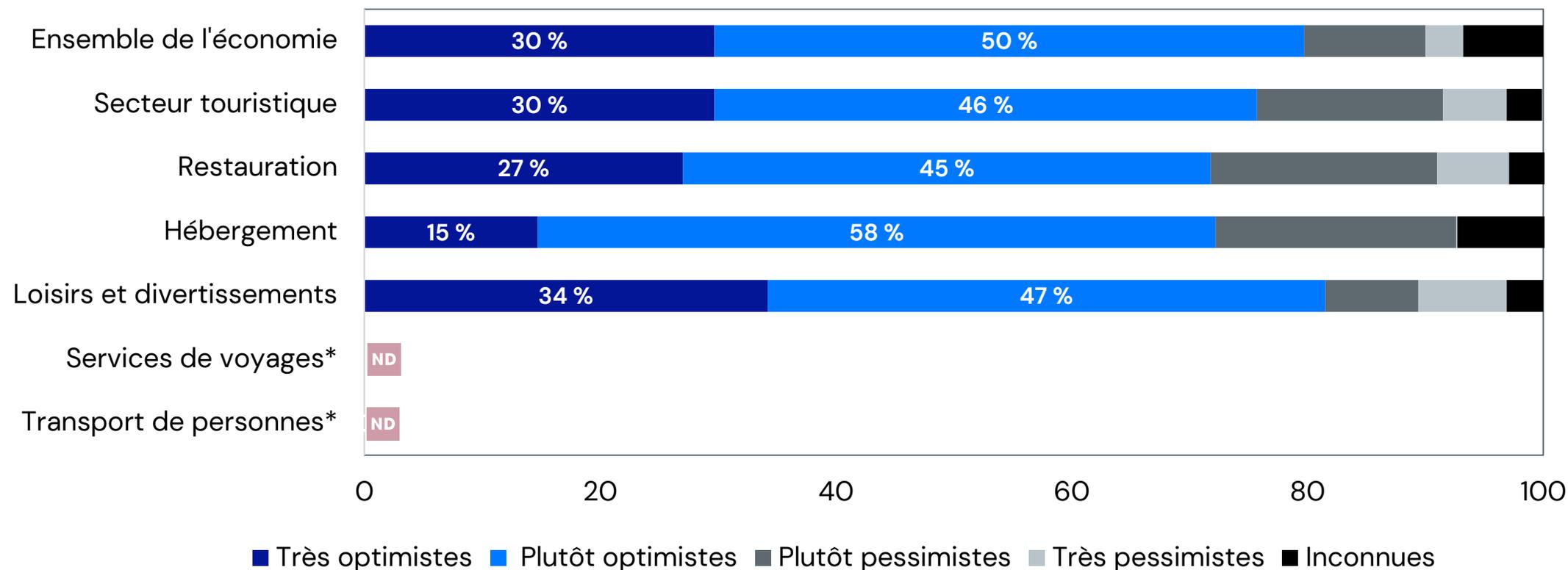
## Confiance des entrepreneurs touristiques – Sous-secteurs

Au cours des douze prochains mois, quelles sont les perspectives d'avenir de votre entreprise ou organisme?

Le niveau d'optimisme s'est maintenu dans le secteur touristique du Québec, passant de 77 à 76 %. À ce niveau, il se compare à celui affiché à l'échelle de l'ensemble de l'économie.

### Perspectives d'avenir des entreprises touristiques du Québec

(% des entreprises au 4<sup>e</sup> trimestre de 2024)



\* Statistique Canada juge ses estimations des sous-secteurs des Services de voyages et du Transport de personnes trop peu fiables pour être publiées (l'erreur type est supérieure ou égale à 15 %).  
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur la situation des entreprises (compilation spéciale)





## 7 Annexes

# À propos de cette publication

La *Situation des entreprises touristiques du Québec* de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance) est une publication trimestrielle offrant une analyse courante des attentes et de la situation des entreprises du secteur touristique québécois.

Toutes les données proviennent de sources officielles: Statistique Canada, l'Institut de la Statistique du Québec et les principales institutions financières canadiennes. Aucune donnée n'a été confectionnée par l'Alliance.

La principale source est l'Enquête canadienne sur la situation des entreprises de Statistique Canada. Référez-vous à l'annexe Enquête canadienne sur la situation des entreprises pour plus d'informations.

Les données du secteur et des sous-secteurs touristiques ont été calculées par Statistique Canada selon des définitions spécifiées par l'Alliance. Référez-vous à l'annexe Définition du secteur et des sous-secteurs touristiques pour plus d'informations.

L'analyse de *la Situation des entreprises touristiques du Québec* est réalisée à partir des données disponibles à la fin de chaque trimestre civil.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez-vous adresser à Jean Laneville, économiste et directeur du Centre d'intelligence d'affaires de l'Alliance, au (514) 409-1839 ou à [jlaneville@allianceturistique.com](mailto:jlaneville@allianceturistique.com).



# Enquête canadienne sur la situation des entreprises

Chaque trimestre depuis mars 2020, Statistique Canada réalise l'*Enquête canadienne sur la situation des entreprises* (ECSE) afin de recueillir auprès de représentants d'entreprises de partout au Canada des renseignements sur les attentes et les conditions des entreprises au Canada ainsi que sur les enjeux émergents.

Il s'agit d'une enquête transversale par échantillon pour laquelle Statistique Canada utilise un échantillon aléatoire stratifié d'établissements commerciaux, selon la zone géographique, le secteur industriel et la taille.

L'ECSE est administrée en ligne. Les données sont obtenues directement auprès des répondants et la participation est volontaire.

## ECSE, premier trimestre de 2025

Les données les plus récentes de l'ECSE ont été colligées auprès de représentants d'entreprises de partout au Canada entre le 2 janvier et le 6 février 2025.

Les résultats de cette enquête sont basés sur les réponses 9 785 entreprises et organismes.

## Compilation spéciale de l'ECSE

Pour la réalisation de la *Situation des entreprises touristiques du Québec*, l'Alliance demande à Statistique Canada une compilation spéciale des résultats trimestriels de l'ECSE afin d'obtenir des données sur le secteur et les sous-secteurs touristiques québécois et canadiens.

Les données les plus récentes de cette compilation spéciale, sur lesquelles repose en grande partie cette édition de la *Situation des entreprises touristiques du*

*Québec*, proviennent de 1 645 répondants à l'échelle du Canada et de 247 répondants à l'échelle du Québec.

Ces données sont des estimations sujettes à des erreurs d'échantillonnage. Chaque donnée fournie par Statistique Canada s'accompagne d'une erreur type pour exprimer cette erreur. Par exemple, la proportion d'établissements de la population cible qui répondraient OUI à une question donnée est estimée à 50 %, avec une erreur type de 4 %. Si l'échantillonnage était répété, l'estimation devrait se situer entre 46 % et 54 %, 19 fois sur 20.

L'Alliance tient compte de ces erreurs types dans son analyse des données de l'ECSE et dans les constats qu'elle en retire.



# Définitions du secteur et sous-secteurs touristiques

## Description des secteurs et sous-secteurs touristiques employés dans cette publication

Agrégats sectoriels construits à partir d'industries définies selon le Système de classification de l'Amérique du Nord (SCIAN)

### Secteur touristique

#### *Transport de personnes*

- 481 – Transport aérien
- 485 – Transport en commun et transport terrestre de voyageurs
- 487 – Transport de tourisme et d'agrément
- 5321 – Location et location à bail de matériel automobile

#### *Services de voyages*

- 5615 - Services de préparation de voyages et de réservation

#### *Loisirs et divertissements*

- 711 - Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes
- 712 - Établissements du patrimoine
- 713 - Divertissement, loisirs, jeux de hasard et loteries

#### *Hébergement*

- 721 - Services d'hébergement

#### *Restauration*

- 722 - Services de restauration et débits de boissons



# Références

Sources des informations et des données utilisées dans cette publication.

- ❖ Banque du Canada. [Taux directeur](#)
- ❖ Banque canadienne impériale de commerce, [CIBC Economics](#)
- ❖ Banque de Montréal, [BMO Economics](#)
- ❖ Banque Nationale du Canada, [Banque Nationale Analyses économiques](#)
- ❖ Banque Royale du Canada, [RBC Economics](#)
- ❖ Banque Scotia, [Scotiabank Economics](#)
- ❖ Banque Toronto-Dominion, [TD Economics](#)
- ❖ Caisses Populaires Desjardins, [Desjardins Études économiques](#)
- ❖ Institut de la statistique du Québec, [Comptes économiques du Québec](#)
- ❖ Statistique Canada, [Enquête canadienne sur la situation des entreprises](#)
- ❖ Statistique Canada, [Système de classification des industries de l'Amérique du Nord \(SCIAN\) Canada 2017 version 3.0](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 14-10-0393-01 Caractéristiques de la population active, données annuelles](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 14-10-0442-01 Postes vacants, employés salariés, taux de postes vacants et moyenne du salaire horaire offert selon le sous-secteur de l'industrie, données trimestrielles non désaisonnalisées](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 18-10-0005-01 Indice des prix à la consommation, moyenne annuelle, non désaisonné](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 36-10-0222-01 Produit intérieur brut, en termes de dépenses, provinciaux et territoriaux, annuel](#)
- ❖ Statistique Canada. [Tableau 36-10-0104-01 Produit intérieur brut, en termes de dépenses, Canada, trimestriel](#)



L'Alliance de l'industrie touristique du Québec

Centre d'intelligence d'affaires  
jlaneville@alliancetouristique.com  
Tél. (514) 409-1839

1575, boulevard de l'Avenir, bureau 330  
Laval (Québec) H7S 2N5  
Tél. (450) 686-8358 Fax. (450) 686-9630  
alliancetouristique.com

